

## OTÁZKY PRO MAGISTERSKÉ STÁTNÍ ZKOUŠKY

### **DISTRIBUCE, ŠÍŘENÍ A UŽITÍ**

1. Charakterizujte hlavní tendence současného světového obchodu s filmem. Popište rozdíly v obchodních postupech mezi společnostmi sdruženými v MPA a IFTA. Uveďte hlavní globální mediální společnosti včetně filmových studií zahrnutých do nadnárodních korporací.
2. Popište situaci filmového obchodu a šíření filmů v Evropské unii, jaké metody podpory v této oblasti jsou používány. Vliv evropské legislativy na vývoj digitálního trhu s audiovizuálními díly. Vysvětlete význam a proces podpor Creative Europe vůči audiovizuálnímu sektoru a jejich aplikaci v České republice. Jaké je postavení a funkce Czech Film Center a Czech Film Commission.
3. Popište právní prostředí pro šíření filmů v České republice. Které rozhodující zákony chování subjektů na trhu bezprostředně ovlivňují. Popište pozici a aktivity SFK v oblasti šíření AVD. Charakterizujte působení nejvýznamnějších asociací působících v této oblasti (mj. UFD, APA, APK, ATO).
4. Popište hlavní úkoly a ekonomické vztahy producenta a distributora. Vysvětlete varianty koprodukčního vstupu nebo předprodeje. Prodej licencí jako jeden ze zdrojů financování. Minimální garancie, kdy se uplatňuje, obvyklá splatnost a alokace. Jaké jsou další možné příjmy vázané na šíření filmů z veřejných i komerčních zdrojů.
5. Vysvětlete hlavní zásady mezinárodního obchodu s licenčními právy, charakterizujte hlavní mezinárodní filmové trhy a význam sales agentur. Popište varianty státní podpory exportu filmů ve světě a u nás. Jaké jsou další možné příjmy vázané na šíření filmů z veřejných i komerčních zdrojů. Jaké jsou aplikované varianty multilicenčních a dílčích licenčních smluv při importu i exportu AVD.
6. Charakterizujte jednotlivé typy licenčních práv používané u multilicenčních smluv, popište specifické rysy jednotlivých typů licenčních oprávnění, kdy se obchodují společně a kdy spíše odděleně. Vysvětlete význam, vývoj, perspektivu a rozdíl mezi holdbackem a windows. Jaký význam má při uzavírání smluv dohoda ohledně cross-collateralization.
7. Popište současný stav českého kinematografického trhu, jmenujte rozhodující distribuční společnosti zprostředkující filmy pro veřejné projekce. Postavení provozovatele audiovizuálního představení při šíření filmu formou veřejných projekcí. Popište vývoj tržeb, návštěvnosti a vstupného do kin. Charakterizujte hlavní změny, které přinesla do této oblasti digitalizace.
8. Vysvětlete význam odhadu výsledků (estimace) pro distribuční společnost, popište hlavní zásady přípravy distribučního rozpočtu. Popište možnosti alternativních zdrojů vázaných na veřejné projekce. Vysvětlete pojmy hrubá a čistá tržba kina, půjčovné, odpočitatelné distribuční náklady a break point. Charakterizujte hlavní rozdíly mezi outright deal, distribution deal, costs-off deal a royalty deal.
9. Hlavní zásady a postupy filmového marketingu a reklamy, jaký je podíl producenta na přípravě reklamní kampaně domácího filmu, zásady sestavování reklamního rozpočtu filmového distributora. Hlavní rozdíly při přípravě reklamní kampaně zahraničního a domácího filmu. B2B a B2C marketing.
10. Kino v systému filmové distribuce. Jmenujte rozhodující provozovatele kin v České republice. Formy a specifika sestavování programu kina a tvorba jeho koncepce, rozdíly mezi multikiny, klasickými a letními kiny. Marketingové postupy provozovatelů kin a specifika práce s divákem. Variabilita technologického vybavení kina, moderní obrazové a zvukové formáty, jejich možnosti a limity. Vysvětlete pojmy D-Cinema a E-Cinema.

11. Filmové festivaly jako forma lokální i mezinárodní filmové distribuce a jejich ekonomický a marketingový dopad. Ostatní varianty alternativních forem veřejného uvádění AVD. Vztah klasické a alternativní resp. eventové filmové distribuce. Alternativní obsah a jeho místo v programu kina.
12. Charakterizujte jednotlivé formy šíření audiovizuálních děl k osobnímu užití. Jejich ekonomický význam a perspektivu. Popište vztah lineárního vysílání a nelineárních online forem šíření. Popište producentskou úvahu o uvedení filmu na domácím trhu v ČR. Současná situace v oblasti nelegálního šíření audiovizuálních záznamů z právního a ekonomického pohledu a jeho dopad na jednotlivé formy šíření.
13. Charakterizujte jednotlivé typy televizních licencí. Popište prostředí mezinárodního obchodu s televizními vysílacími právy. Obchodní vyjednávání a uzavírání smluv o převodu TV vysílacích práv v mezinárodním prostředí. TV licence jako součást multilicenční smlouvy. Catch-up TV, deal memo, administrace kontraktu.
14. Charakterizujte jednotlivé varianty využití AVZ. Popište stav a vývoj obchodu s nosiči AVZ. Vysvětlete pojmy sell-through, non-theatrical rights a ancillary rights, jejich varianty a význam. Pokuste se odhadnout a zdůvodnit další vývoj využívaných nosičů (MP4, DVD, Blu-ray). Šíření a vývoj VR – virtuální reality.
15. Charakterizujte jednotlivé typy online licencí pro šíření AVD podle základních a obchodních podmínek. Vysvětlete pojmy VOD a EST. Popište technologický a ekonomický vývoj platform poskytujících online nabídku AVD. Internet a audiovizuální sdělení, legální a nelegální, placené a neplacené formy sdílení audiovizuálního obsahu.
16. Popište obsahovou strategii zvolené audiovizuální organizace. Vize, mise, zákonná povinnost, strategický plán, firemní značka a design, komunikace vnější a vnitřní, dílčí kampaně. Použijte příklad, vyberte si ze seznamu: ČT, Stream, HBO, Prima, Doc Alliance, Aerofilms.
17. Vysvětlete zásady tvorby programového schématu plnoformátové stanice. Horizontální a vertikální osa, vysílací časová pásma. Cílení pořadu, budování publika. Jaké jsou hlavní žánry a typy pořadů v programu? Uveďte na příkladu programování skupiny ČT, Nova nebo Prima. Popište vteřinovou a minutovou mikrostrukturu televizního programového schématu (reklama, sponzoring, programové upoutávky, grafické předěly apod).
18. Zdroje informací o sledovanosti a spokojenosti audiovizuálních děl k osobnímu užití. Jak se měří sledovanost televizních pořadů? Co znamenají pojmy rating, share a reach? Jaké další informace, výzkumy a analýzy potřebují programoví pracovníci k programování TV stanice? Jaké informace o sdílení využívají online platformy. Vliv hodnocení na portálech jako IMDB resp. ČSFD.
19. Management programové knihovny. Vlastní tvorba, zakázka, nákup lokálního nezávislého díla, nákup zahraničního pořadu přímo a přes prostředníka a licencování formátu. Převzaté pořady, jednotlivé typy převzatých pořadů. Způsoby obchodování s převzatými pořady. Klíčoví producenti a distributoři, televizní trhy. Specifičnost licencování TV formátů.
20. Nové obchodní modely, nové technologické a obsahové aplikace v éře konvergence telekomunikací, výpočetní techniky a masových médií. Vysvětlete pojmy crossmedia a HbbTV. Vysvětlete roli producenta při spolupráci s platformami jako Youtube, Instagram, Twitter. Vývoj vztahu lineární a nelineární programové nabídky.